

عنوان مقاله:

بررسی رابطه ی بین کیفیت خدمات اتوماتیک بانکی و کسب مزیت رقابتی در شعب بانک سینا شهرستان همدان

محل انتشار:

همایش ملی مدیریت و آموزش (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

مهدی مرادی - آموخته کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی دانشگاه آزاد اسلامی واحد ملایر

فتانه یاراحمدی - مسئول - استادیار بازاریابی، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه ملایر

خلاصه مقاله:

کیفیت خدمات به مشتری و ارتباط با مشتری قابل دفاع ترین ابزار در ادبیات علمی بازاریابی است. بانکداری جزئی در عصری است که انتظارات و ترجیحات مشتری تأثیر مهمی بر موفقیت بانک دارند. پژوهش حاضر به منظور بررسی رابطه ی کیفیت خدمات اتوماتیک بانکی و مزیت رقابتی انجام شد. این تحقیق براساس هدف کاربردی و براساس نوع داده ها کمی و از منظر زمان، مقطعی است. استراتژی اجرای این مطالعه توصیفی پیمایشی است. جامعه ی آماری این تحقیق مشتریان شعب بانک سینا در شهرستان همدان بوده است که نمونه ای به تعداد 388 نفر از میان آنها انتخاب شده است. داده های تحقیق با استفاده از پرسشنامه گردآوری شده است. جهت تجزیه و تحلیل داده ها از ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده شد. یافته ها نشان می دهد که هر پنج بعد کیفیت خدمات اتوماتیک بانکی مشتمل بر کیفیت خدماتدستگاه های خودپرداز، کیفیت خدمات بانکداری اینترنتی، کیفیت خدمات بانکداری تلفنی، خدمات اصلی اتوماتیک و قیمت درک شده ارتباط معناداری با مزیت رقابتی دارند.

کلمات کلیدی:

کیفیت، خدمات، مزیت رقابتی، نوآوری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/366097>

